

PERENCANAAN STRATEGIS SISTEM INFORMASI ASURANSI KENDARAAN BERMOTOR PADA PT. XYZ

Tia Melwani (Tia_Bae@ymail.com, Moh. Morgan Sp (Mohmorgan88@gmail.com)

Hendri sopryadi (Hendri@mdp.ac.id)

Sistem Informasi
STMIK GI MDP

Banyaknya bermunculan perusahaan asuransi yang mempunyai konsep serupa dengan PT. XYZ, sedangkan berbicara tentang teknologi setiap saat terus mengalami perubahan demi perubahan. Perubahan tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan – keputusan strategis yang harus dilakukan untuk bertahan dalam era globalisasi saat ini.

Perencanaan strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi kini merupakan salah satu kunci dalam pencapaian sasaran perusahaan dalam dunia asuransi. Perencanaan strategis SI/TI yang tepat dapat mendukung rencana dan pengembangan bisnis perusahaan yang dapat memberikan *competitive advantage* dalam persaingan bisnis. Bentuk Perencanaan Strategis SI/TI yang akan dibahas menggunakan metodologi versi Ward and Peppard. Hasil dari analisis ini berupa Perencanaan strategis sistem informasi, penerapan dan pemilihan teknologi informasi yang selaras dengan strategi bisnis PT. XYZ.

Kata kunci:

Perencanaan Strategis SI/TI, PT. XYZ

The number of insurance companies that have sprung up similar concept with PT. XYZ, while talking about the technology continues to change at any time for change. These changes greatly affect the decision - a strategic decision that must be made to survive in the era of globalization.

Strategic Planning and Information Systems Information Technology is now one of the key in achieving the company's goals in the world of insurance. Strategic Planning / IT can support proper planning and business development company that can provide a competitive advantage in business competition. Forms Strategic Planning / IT that will be addressed using the methodology version of Ward and Peppard. The results of this analysis in the form of strategic planning of information systems, the application and selection of information technology aligned with business strategy PT. XYZ.

Primery Key:

Strategic Planning / IT, PT. XYZ

1. PENDAHULUAN

Sistem informasi saat ini merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan sistem informasi yang terbaru untuk mendapatkan keunggulan kompetitif meski harus mengeluarkan biaya yang besar.

Setiap perusahaan menerapkan Sistem Informasi (SI) dan Teknologi Informasi (TI) agar dapat memenangkan persaingan bisnis. Sistem informasi merupakan senjata ampuh untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses bisnis oleh sebab itu hampir semua perusahaan memanfaatkan Teknologi Informasi. Akan tetapi bila dilihat dari segi perencanaan, pengelolaan, dan implementasi membutuhkan biaya yang mahal untuk menerapkan SI/TI sehingga perlu dilakukan perencanaan dan studi yang matang. Perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi informasi yang tepat dapat mendukung rencana dan pengembangan bisnis perusahaan sehingga dapat memberikan *competitive advantage* dalam persaingan bisnis. Penerapan strategi SI/TI akan bermanfaat apabila selaras dengan strategi bisnis perusahaan yaitu sesuai dengan tujuan, visi dan misi perusahaan.

2. LANDASAN TEORI

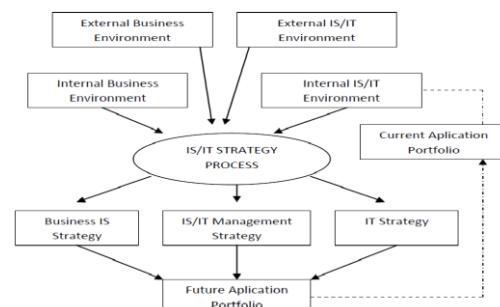
2.1 Keselarasan Strategi SI/TI dan Strategi Bisnis

Suatu strategi yang direncanakan haruslah selaras dengan strategi bisnis perusahaan sehingga strategi bisnis perusahaan yang akan strategi sistem informasi yang akan

direncanakan. Strategi Sistem Informasi tersebut kemudian akan *men-drive* strategi teknologi informasi yang akan dirancang. Hal ini berarti harus ada kesesuaian antara strategi bisnis, strategi SI dan Strategi TI (Ward and Peppard, 2002)

2.2 Model Perencanaan Strategis SI

Pendekatan metodologi versi *Ward and Peppard* adalah dengan analisa kondisi investasi di masa lalu yang kurang bermanfaat bagi tujuan bisnis perusahaan dalam menangkap peluang bisnis untuk meningkatkan keunggulan kompetitif bagi suatu organisasi. Kurang optimalnya pemanfaatan investasi SI/TI lebih banyak disebabkan oleh karena perencanaan strategis SI/TI yang lebih fokus ke teknologi, bukan berdasarkan kebutuhan bisnis.



Gambar 1: Model PSIS (Ward and Peppard, 2002)

2.3 Value Chain Analysis

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan aktifitas-aktifitas yang terjadi di lingkungan PT. XYZ ke dalam dua bagian yaitu aktifitas utama dan aktifitas pendukung. Setelah itu aktifitas-aktifitas tersebut akan di petakan dan digunakan sebagai dasar untuk menentukan solusi IS/IT guna menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.



Gambar 2: Value Chain Porter's

2.4 Five Forces Model

Analisis ini digunakan untuk melihat peta persaingan yang ada pada bisnis perusahaan. Analisis ini akan melihat sejauh mana pengaruh pesangan di antara para kompetitor yang ada, pendatang baru, produk atau layanan pengganti, daya tawar suplaier serta daya tawar pelanggan terhadap keberlangsungan bisnis perusahaan.



Gambar 3: Five Forces Model

2.5 Analisis SWOT

SWOT adalah identifikasi faktor internal yang terdiri dari kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dan faktor eksternal yang terdiri dari peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*) dari suatu organisasi secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Hasil dari identifikasi tersebut dibandingkan untuk memaksimalkan kekuatan-kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Tabel 1: Strategi SWOT

Internal Eksternal	<i>Strengths</i> (S)	<i>Weaknesses</i> (W)
<i>Opportunities</i> (O)	Strategi SO Menggunakan kekuatan dengan memanfaatkan peluang	Strategi WO Mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
<i>Threats</i> (T)	Startegi ST Menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman.	Strategi WT Minimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

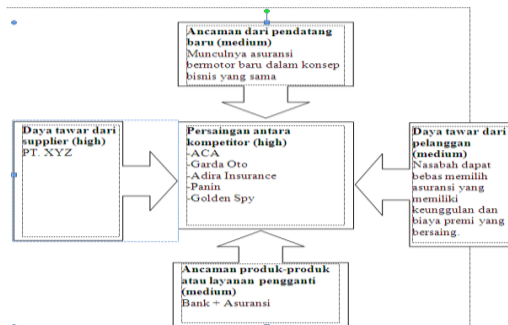
3. METODOLOGI PENULISAN

Tahapan penelitian diawali dengan identifikasi masalah dilakukan dengan cara opservasi langsung beberapa unit kerja yang terkait dengan penyelenggaraan proses bisnis pada PT. XYZ. Hasil identifikasi masalah tersebut selanjutnya digunaka sebagai dasar pemikiran dalam analisa dan interpretasi data pada saat penyusun perencanaan strategis sistem informasi. Pengumpulan data dilakukan dengan study literatur, Study lapangan melalui wawancara, kuisioner dan observasi.

4. ANALISADAN INTERPRETASI

4.1 Analisis *Five Forces*

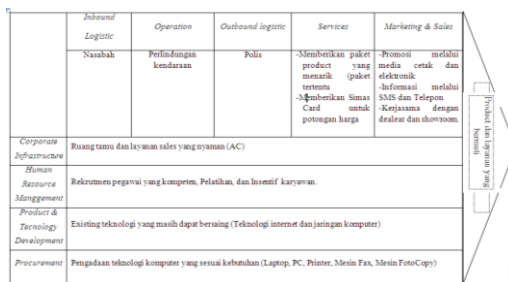
Analisis kekuatan bersaing pada PT. XYZ terlihat pada gambar 4.



Gambar 4: Five Forces Medel PT. XYZ

4.2 Analisis Value Chain PT.XYZ

Analisis ini dilakukan untuk memetakan seluruh proses bisnis yang terjadi pada PT. XYZ yang digolongkan menjadi dua aktifitas yaitu aktifitas utama dan aktifitas pendukung.



Gambar 5: Value Chain PT. XYZ

Tabel 2: Identifikasi CSF berdasarkan Tujuan

Tujuan Utama	Critical Success Factor	Unit
Mempertahankan nasabah lama	-Memberikan potongan premi pada nasabah yang telah lama bergabung pada asuransi sinarmas	Manager, Staff Marketing
Peningkatan kualitas jasa pelayanan	-Melakukan evaluasi pada paket yang ada. -Membantu nasabah yang kesulitan dalam proses klaim.	Manager, Ketua Branch Admin Support, Semua Staff karyawan.
Peningkatan kompetensi karyawan	-Melakukan pelatihan dan mengikuti seminar secara rutin.	Manager, Ketua Branch Admin Support, Semua

4.3 Identifikasi CSF berdasarkan tujuan bisnis

Analisis berdasarkan *critical success factor* berdasarkan tujuan utama perusahaan dari setiap unit kerja digunakan untuk mendapatkan faktor-faktor kritis yang mempengaruhi keberhasilan ataupun kegagalan perusahaan.

4.4 Analisis Kebutuhan Informasi Berdasarkan CSF dan SWOT

Kebutuhan informasi untuk setiap unit kerja PT. XYZ ditentukan berdasarkan identifikasi CSF dari tujuan masing-masing unit kerja. Selanjutnya setiap CSF dan dievaluasi diselaraskan dengan rumusan strategi SO, ST, WO, dan WT yang diperoleh dari hasil identifikasi SWOT.

Agar hasilnya lebih Komprehensif maka setiap hasil analisis CSF dipetakan pada *value chain* PT. XYZ.

		<i>Staff karyawan.)</i>
Peningkatan jumlah nasabah	<ul style="list-style-type: none"> -Melakukan promosi secara rutin melalui media cetak maupun elektronik. -Tersedianya media komunikasi antara nasabah dan karyawan. -Evaluasi biaya premi, pesaing dan pasar. 	<i>Marketing</i>

Tabel 3: Analisis Kebutuhan Berdasarkan CSF dan SWOT

Tujuan	Critical Success Factor	Prime Measures	Strategi SWOT	Value Chain	Kebutuhan Informasi
Mempertahankan nasabah yang lama.	Memberikan potongan premi pada nasabah yang telah lama bergabung pada asuransi sinarmas	Loyalitas nasabah lama tetap terjaga.	Mempertahankan kualitas layanan kepada pelanggan.	<i>Services</i>	Data berisi tentang Informasi nasabah (berapa lama telah bergabung).
Peningkatan kualitas jasa pelayanan	-Melakukan evaluasi pada paket yang ada.	Adanya paket product sesuai dengan kebutuhan nasabah.	Menyediakan layanan yang berkualitas sebagai nilai tambah dengan meningkatkan loyalitas pelanggan.	<i>Operation, Services</i>	Data berisi tentang paket yang banyak dipilih oleh nasabah.
	-Membantu nasabah yang kesulitan dalam proses klaim.	Jumlah keluhan proses klaim berkurang	Mempertahankan kualitas pelayanan kepada pelanggan.	<i>Operation, Services</i>	Data tentang Informasi proses klaim.

Peningkatan kompetensi karyawan	-Melakukan pelatihan dan mengikuti seminar secara rutin.	Karyawan yang menguasai pengetahuan dan produk asuransi meningkat.	Meningkatkan kualitas SDM sesuai dengan kebutuhan perusahaan.	<i>Human Resource Management.</i>	Data tentang riwayat dan kompetensi karyawan
Peningkatan jumlah nasabah	-Melakukan promosi secara rutin melalui media cetak maupun elektronik.	Memperbanyak jumlah nasabah.	Mengadakan promosi saat pameran otomotif.	<i>Inbound Logistic, Markrtng & Sales, Product & Tecnology Development</i>	Data tentang program paket asuransi, content promosi, contact person media promosi dan relasi bisnis.
	-Evaluasi biaya premi, pesaing dan pasar.	Besaran biaya premi yang bersaing.	-Menambahkan fasilitas layanan dalam produk yang sering dipilih konsumen, serta memberikan promo hargapremi kendaraan bermotor. -Menambah jumlah cabang asuransi di daerah strategis (dekat showroom)	<i>Corporate InfrastructureS</i>	Informasi tentang biaya premi kompetitor dan segmen pasar, laporan administrasi keuangan.
	-Tersedianya media komunikasi antara nasabah dan	Adanya website untuk nasabah yang mengharusk	Menyediakan layanan berkualitas sebagai nilai tambah dan meningkatkan	<i>Services, Marketing & Sales</i>	Informasi tentang masa berlaku premi, dan adanya

	karyawan	an nasabah lugin ke website tersebut	loyalitas pelanggan.		fasilitas forum diskusi.
--	----------	---	-------------------------	--	--------------------------------

Tabel 4: Solusi SI/TI Berdasarkan CSF

No	CSF	Kebutuhan Informasi	Solusi SI/TI
1.	Memberikan potongan premi pada nasabah yang telah lama bergabung pada asuransi sinarmas	Data berisi tentang informasi nasabah (berapa lama telah bergabung)	-CRM -SIAS
2.	Melakukan evaluasi pada paket yang ada	Data berisi tentang paket yang banyak dipilih oleh nasabah.	-SIAS -CRM
3.	Membantu nasabah yang kesulitan dalam proses klaim.	Data tentang informasi proses klaim.	-CRM -SIAS
4.	Melakukan pelatihan dan seminar secara rutin.	Data tentang riwayat dan kompetensi karyawan.	-SIKAR
5.	Melakukan promosi secara rutin melalui media cetak maupun elektronik.	Data tentang program paket asuransi, content promosi, contact person media, promosi dan relasi bisnis.	-Website -Sms Gateway
6.	Evaluasi biaya premi, pesaing dan pasar	Informasi tentang biaya premi kompetitor dan segmen pasar, laporan administrasi keuangan.	-SIMKEU -CRM
7.	-Tersedianya media komunikasi antara nasabah dan karyawan	Informasi tentang masa berlaku premi, dan adanya fasilitas forum diskusi.	-Website -Online Messaging Application System -Sms Gateway -Email System

5. PROSES IDENTIFIKASI STRATEGI

5.1 Portofolio Aplikasi SI/TI

Dari solusi SI/TI diperlukan dalam portofolio dengan empat kategori, yaitu:

1. *Strategic*
2. *Key Operational*

3. *High Potensial*
4. *Support*

Tabel 5: Portofolio Aplikasi SI/TI Mendatang

<i>Strategic</i>		<i>High Potensial</i>	
- CRM - Website	Baru <i>Upgrade</i>	- <i>SMS Gateway</i>	Baru
- SIAS - SIKAR - <i>Office System</i> - Sistem Absen - SPP	<i>Upgrade</i> <i>Upgrade</i> <i>Replace</i> <i>Upgrade</i> <i>Upgrade</i>	- Email System - <i>Online Messaging Applications</i>	<i>Upgrade</i> Baru
<i>Key Operational</i>		<i>Support</i>	

5.2 Penentuan Strategi Manajemen SI/TI

Strategi manajemen SI/TI diperoleh dari hasil identifikasi solusi SI/TI sehingga dibutuhkan rekrutmen SDM pada struktur organisasi yaitu unit kerja IT yang terdiri dari *Manager IT*, unit kerja *Networking I*, Programmer dan Surveyor, perencanaan kebijakan strategi dan operasional layanan SI/TI, analisis resiko keamanan IT, keamanan aplikasi SI, keamanan dan serta keamanan pengguna (*user*).

6. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan pembahasan pada tiap bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Bentuk perencanaan strategis sistem informasi dijabarkan dalam strategi SI, Strategi TI dan strategi manajemen SI/TI, Proses identifikasi strategis menggunakan metodologi *Ward and Peppard*.

- b. Aplikasi portofolio masa mendatang terhadap kebutuhan solusi kebutuhan SI/TI disesuaikan dengan kebutuhan bisnis PT. XYZ dan mengikuti *roadmap* pelaksanaan aplikasi dan infrastruktur perencanaan strategis SI/TI PT. XYZ serta partisipasi aktif seluruh komponen unit kerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hidayat, Taufan 2008, *Perencanaan Strategis Sistem Informasi Untuk Mendukung Strategi Bisnis Dan Daya Saing Pelayanan Jasa Teknis Pada Balai Besar Pulp Dan Kertas, Di Bandung*
- [2] Iswara, Made Gde Yoga & Yudha Giri Suchayo 2009, *Perencanaan Strategis Sistem Informasi Perusahaan Energi, Universitas Indonesi, Jakarta*
- [3] Kurniawan, Daniel dan Danial 2012, *Perencanaan Strategis Sistem*

- Informasi pada SMA Kusuma Bangsa Palembang. STMIK MDP, Palembang*
- [4] Noerlina 2008, *Model Perencanaan Strategi Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi untuk bidang usaha Distributor*, Universitas Bina Nusantara. Jakarta
- [5] Sensuse, Dana Indra & Hendri Sopriyadi 2008, *Perencanaan Strategis Sistem Dan Teknologi Pada St.Ignatius Education Center Palembang*, Universitas Indonesia & STMIK MDP Palembang
- [6] Ward, J. and Griffiths 1996, *P. Strategic Planning for Information System 2 ed.* Chicester: John Wiley & Son, England
- [7] Wedhasmara, Ari, *Langkah-Langkah Perencanaan Strategis Sistem Informasi dengan Menggunakan Metode Ward and Peppard*, Palembang
- [8] Wijaya, Andri & Dana Indra Sensue, 2009, *Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi Perusahaan Otomotif*. Sekolah Tinggi Teknik Musi. Palembang.